



La presente obra está bajo una licencia:  
**Atribución-NoComercial-CompartirIgual 2.5 Colombia (CC BY-NC-SA 2.5)**  
Para leer el texto completo de la licencia, visita:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/co/>

**Usted es libre de:**



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra  
hacer obras derivadas

**Bajo las condiciones siguientes:**



**Atribución** — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



**No Comercial** — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.



**Compartir bajo la Misma Licencia** — Si altera o transforma esta obra, o genera una obra derivada, sólo puede distribuir la obra generada bajo una licencia idéntica a ésta.

# Centro de exposiciones ferial

## Revitalización del comercio del San Andresito de la 38

**Luis Alfred Obando Castañeda<sup>1</sup>**

Universidad Católica de Colombia. Bogotá  
(Colombia) Facultad de Diseño, Programa  
de Arquitectura

Asesor del documento:

Arq. Juan José Castiblanco Prieto

Asesores de Diseño

Diseño Arquitectónico: Arq. Adolfo A.  
Torres Buelvas

Diseño Urbano: Arq. Juan José Castiblanco  
Prieto

Diseño Constructivo: Arq. André Miguel  
Glick Arbeláez



---

<sup>1</sup>Email: laobando27@ucatolica.edu.co – alfred\_obando@hotmail.com Telefono: +57 321 312 8431

## Resumen

Este artículo hace un estudio del sector de San Andresito de la 38 en la ciudad de Bogotá. Se plantea la problemática de la falta de equilibrio entre las actividades que se desarrollan en el sector. En este caso el comercio como la actividad primaria en un sector donde se carece de actividades secundarias, espacio público de calidad y espacios colectivos. La herramienta propuesta es la de revitalización con la que se asegura la permanencia del comercio, pero la inclusión de nuevas actividades. El proyecto busca dar respuesta a la actividad de comercio manteniéndola dentro del sector y potenciándola con el mejoramiento del espacio público y la creación de nuevos espacios que permitan la interacción entre sus habitantes.

## Palabras clave

Revitalización  
Espacio Público  
Interacción  
Centro Ferial  
Actividad Comercial

# Ferial Exhibition Center

## Revitalization of commercial activity in San Andresito of 38 street

## Abstract

This article makes a study of the sector of *San Andresito de la 38* in the city of Bogotá. The problem of the study is the lack of balance between the different activities developed within the sector. In this case commerce as the primary activity in a sector that lacks secondary activities, quality public space and collective spaces. The proposed tool is the revitalization with which ensures the permanence of commerce, but the inclusion of new activities. The project seeks to respond to commerce activity by maintaining it within the sector and enhancing it with the improvement of public space and the creation of new spaces that allow interaction among its inhabitants.

## Key words

Revitalization  
Public space  
Interaction  
Fair Center  
Commercial activity

## Contenido

Introducción.....	5
Metodología.....	15
Resultados .....	17
Análisis de referentes .....	17
Contexto del San Andresito de la 38 .....	18
Análisis del Sector.....	21
Diagnóstico del sector .....	25
Estrategias de proyecto urbano.....	27
Propuesta de centro ferial .....	29
Discusión .....	32
Conclusiones .....	35
Referencias .....	37

## Introducción

El proyecto que se describe en el siguiente artículo se desarrolla para la titulación en arquitectura de la Universidad Católica de Colombia. Según el planteamiento de la Facultad para lograr la elaboración de un proyecto en un marco de concurrencia entre los diseños urbano, arquitectónico y constructivo. Entendiendo concurrencia como *“la construcción de un discurso que nos permite transferir simultaneidad de conocimientos desde los distintos saberes que apoyan la definición de los criterios por trabajar”* (Flórez M, Ovalle G, & Forero L, 2014, pág. 79). Un trabajo en tres áreas de conocimiento que permite una resolución de problemas reales.

El planteamiento desarrolla preguntas problémicas como lo plantea el proyecto educativo del programa: *“El trabajo consisten en la formulación sistemática de problemas a través de un planteamiento de preguntas relevantes y apropiadas.”* (Universidad Católica de Colombia, 2010, pág. 24). Para el desarrollo del proyecto se propone desde la facultad la resolución de tres preguntas, una para cada área de trabajo.

- ¿Cómo el proyecto arquitectónico responde a la resolución de problemas de la sociedad contemporánea a través de proyectos de innovación?
- ¿Cómo es que el proyecto urbano articula al proyecto arquitectónico en un contexto real, y aporta calidad a los escenarios de interés público?
- ¿Cómo aporta el diseño constructivo a la solución de proyectos integrativos?

En un marco de concurrencia estas preguntas se resumen en una general que es: ¿Cómo enfrentarse desde el proyecto, a la resolución de problemas en la sociedad dentro de un espíritu

de innovación en contextos reales y usuarios reales? Esta pregunta plantea tres elementos para el desarrollo del proyecto. Primero hace referencia a un proyecto en un lugar específico. Segundo obliga a hacer una pregunta sobre los problemas de este lugar. Tercero hace proponer una solución a estos problemas.

El lugar para la elaboración del proyecto es el San Andresito de la 38 que es un sector de la ciudad de Bogotá que tiene principalmente dos usos: el industrial y el comercial. Nos enfocaremos en este segundo uso que tiene unas características específicas causando unos problemas urbanos. Estas características y problemáticas se detallaran más adelante pero se pueden generalizar en tres principales: Primero una especificidad del mercado que causa una actividad urbana única: el comprar. Segundo es la localización de puntos de ventas en bodegas causando una falta de espacio de permanencia tanto dentro como fuera de las edificaciones. Por ultimo este comercio se diferencia de las zonas de comercio tradicional por falta de usos complementarios como lo pueden ser zonas de restaurantes, cinemas, supermercados entre otros. A falta de usos complementarios encontramos que el espacio colectivo se vuelve en un elemento relegado de la actividad de comercio que se concentra en los locales comerciales que asimilan más a una bodega que a un centro de comercio.

El problema se convierte en cómo desarrollar un proyecto que permita recuperar el equilibrio de la actividad primaria con las actividades secundarias y espacios colectivos o públicos; esto en un sector de comercio como el de San Andresito en donde el espacio público y colectivo se convierte en un espacio de solo tránsito.

*La interacción casa, automóvil, trabajo, automóvil, centro comercial, automóvil y casa, ha reducido la función del espacio público a la simple movilidad, con la consiguiente despersonalización de la ciudad y paralela alienación de quienes la habitan. Esto ha derivado en uno de los principales defectos urbanos de los centros comerciales: la descontextualización. (García-Doménech, 2015, pág. 30)*

El comercio pasa de ser actividad principal a ser la actividad única, segregando estos sectores del resto de la ciudad. Terminan siendo comercios con un crecimiento limitado ya que no tienen actividades secundarias que permitan atraer clientes nuevos u ocasionales. Tampoco son competitivos con un comercio que si se encuentre integrado con su contexto. La solución es así recuperar el equilibrio entre el comercio y el resto de actividades que hacen a una ciudad ser vital

*La relación simbiótica entre estructuras comerciales y la ciudad puede ser restablecida. El reto consiste en encontrar la forma urbana y arquitectónica que mejor satisfaga las necesidades. El comercio necesita encontrar la forma de actuar como elemento de aglutinador urbano. Es en este apuro de la ciudad que el comercio y la vida social deben encontrara un Nuevo campo en común. (Allegri, 2015)*

El campo en común visto como el restaurar de un equilibrio donde se le permita a esta actividad primaria, que es el comercio, pueda permanecer y crecer mientras que las actividades secundarias y colectivas le permitan integrarse con las actividades que ocurren en su contexto y con la ciudad. Para poder desarrollar un proyecto donde se plantea restaurar un equilibrio de actividades debemos tratar tres temas. El primer tema es el valor del comercio como actividad urbana y como los sectores comerciales son indispensables para la estructuración de ciudad. Por otro lado cómo

es que estos son importantes no solo como actividad sino como lugares donde se fomenta la interacción entre los ciudadanos y así mismo la vida urbana. Puesto que hablamos de del equilibrio entre esta actividad primaria con las actividades secundarias y los espacios colectivos y públicos el segundo tema a tratar será entender qué es el espacio público de buenas condiciones. Entender qué lo hace vital y qué incentiva a la gente a hacer uso de este. Por último se tratara el tema de la herramienta escogida para recuperar este equilibrio que es la de revitalización urbana. Ver que conlleva esta y cuales alcances tiene. Los primeros dos temas buscando crear un marco teórico que permita analizar y diagnosticar un sector de comercio como el del San Andresito mientras el tercer tema como la herramienta que nos permite proponer un proyecto que pretenda solucionar el problema del desequilibrio de actividades planteado anteriormente.

El primer tema es el del entender la actividad del comercio. Esto lo hacemos partiendo de la pregunta inicial planteada por la Facultad que nos habla de contextos reales y usuarios reales. En un contexto real de la ciudad debemos entender el comercio no como un uso sino como un factor estructurador de la conformación de la ciudad y de un sector. Como lo dice J Ashner

*Los intercambios y transacciones comerciales son determinantes en la conformación espacial de todo asentamiento humano. Desde las primeras plazas de mercado, pasando por las avenidas y centros comerciales, hasta alcanzar el gran escaparate adquisitivo, que es internet (Ashner, 2015, pág. 7)*

El comercio es una de las actividades que han provocado el desarrollo de la ciudad. Es indispensable para la vida en la ciudad y una fuente de vida urbana. El donde y como se ubican estos centros de comercio determinan como se hace uso de la ciudad. En el siglo XX con la



zonificación de las ciudades produjo *“un urbanismo al que podemos llamar suburbano, entre otras causas por su carencia planificada de espacio público. Simple agrupación de viviendas y viario rodado, su única, improbable centralidad la constituye el centro comercial”*. (Minguet M, 2018) En esta época se estableció una centralidad en los centros de comercio pero a su vez se les dejó con un uso específico. Esto es evidente en los San Andresito donde la carencia de actividades secundarias, como plazas de comida, supermercados o cinemas, limita la actividad ocasional. Las personas llegan a hacer sus compras sin hacer uso del espacio público y se van una vez tienen sus productos. Pero este tipo de esquema *“sufrió un cambio considerable, cuando la gente empezó a sentir la necesidad de recuperar algún tipo de dimensión compartida en la cual los espacios de comercio e interacción social podían coexistir”*. (Allegri, 2015) Los espacios de comercio son lugares donde hay necesariamente una interacción con otros individuos. Si la necesidad de compartir con otros individuos se convierte de gran importancia los centros de comercio son un lugar ideal para potenciar la interacción de individuos y así mismo recuperar la vida pública.

El comercio debe estar apoyado de actividades secundarias y espacio colectivo y público lo que nos lleva al segundo tema que es la recuperación de los espacios públicos y colectivos. La necesidad de recuperar el espacio público plantea en *“un modo de hacer que la privacidad propia de los espacios domésticos interiores se traslade al exterior del espacio público”* (Ferreti , Navvarrete-Escobedo, & Alvarez-Pedrosian, 2018) En un sector de comercio donde las actividades se encuentran solo en el interior se debe proponer un esquema que permita que el comercio que se encuentra en las bodegas del San Andresito se traduzcan en una actividad en el espacio público. Que la actividad fuera de los comercios sea tan vital como lo que ocurre dentro

de estos. No hablando de flujo de peatones o de comercio informal en la calle pero que esta actividad sea una fuente primaria de visitantes. Que la calle tenga una actividad propia que sea diferencial o complementaria y que no sea solo un lugar de tránsito en destino a las zonas de comercio. Es un complemento entre lo que sucede dentro del edificio y lo que sucede en su exterior. Al trasladar las actividades al exterior no solo se pretende mejorar las condiciones del peatón sino incrementar la cantidad de visitantes a su vez incentivando el comercio ocasional.

Para incrementar las actividades en la calle se debe de dotar del espacio necesario y adecuado para esta actividad. Un espacio que no recurra al uso de las áreas destinadas como vías vehiculares. Parte de esta solución se encuentra en los *“puestos de venta dispuestos en los espacios públicos ‘fundamentalmente calles y plazas’ que producen un intercambio comercial generador de una intensa actividad social que facilita el encuentro ciudadano* (García-Doménech, 2015). Hay que clarificar que no nos referimos al comercio ambulante sino aquellos comercios de escalas vecinales; cafés, restaurantes, droguerías, etc. que se encuentran sobre el espacio público. Estos usos aumentan el tránsito peatonal pues su actividad es tanto para residentes como para peatones ocasionales; un mayor flujo peatonal mejora el comercio al interior del edificio.

Se habla de usos complementarios en el espacio público pero partiendo de la idea que *“el diseño y el planeamiento urbano este pensado desde la calidad del entorno natural y del entorno construido urbano”* (Lopez-Bernal & Lopez-Valencia, 2018). Pensar tanto en el uso como en el entorno que este crea. Es la organización donde dentro y fuera del edificio ocurren diferentes actividades pero que a su vez se complementa.

Para desarrollar un proyecto urbano en un sector como el de San Andresito tomaremos la definición que nos da el Entornos Vitales. Este se nos dice que un sector debe de tener: permeabilidad, variedad, legibilidad, versatilidad, una imagen visual apropiada, riqueza perceptiva, y personalización. (Alcock, Bentley , McGlynn, Murrain, & Smith, 1999, pág. 10). También nos dice que no se trata solo de lo que ocurre en la calle sino que un sector debe tener una variedad de usos tanto en el espacio público como en las edificaciones que lo componen. La actividad primaria, que es la del San Andresito, debe de estar complementada con actividades secundarias que permitan a los visitantes quedarse una vez hagan sus compras. Como lo dice Jan Gehl no se trata de realizar una actividad sino que un sector *“vital envía señales amigables a sus habitantes, con promesas de interacción social”* (Gehl, 2010, pág. 63). Un sector se convierte vital cuando hay diferentes actividades para realizar. Actividades que son variadas y se realizan a diferentes horas del día.

El tercer tema es el de la herramienta para la recuperación de este equilibrio que es el de la revitalización urbana. Si nos guiamos por la definición general del término revitalizar encontraremos que es: *“Dar más fuerza y vitalidad a algo”* (Real Academia Española) Poniendo esto en términos urbanos entenderemos que se trata dar, mejorar o dotar de vitalidad a un sector existente. En este caso se entiende que *“la idea de vitalidad de la ciudad no está limitada meramente a la cantidad. Más bien, un espacio se convierte en significativo cuando es popular y capaz de atraer gente hacia él.”* (Gehl, 2010, pág. 63) El sector del San Andresito de la 38 es un sector que tiene una identidad propia gracias a este comercio. Esta es una actividad de muchos años, que se encuentra consolidada y que atrae a un gran número de personas. Lo que nos da una

atracción o uso principal ya existente. Al proponer un proyecto de revitalización se busca no solo mejorar el comercio sino permitir atraer otro tipo de población que no va a comprar.

No se trata de un proyecto de cambio o transformación sino uno en el que se estudia lo existente para mejorarlo y poder generar un mayor atractivo al sector. Esto lo expone M. Corti al hablar de cuál debe ser el objetivo de cualquier plan. *“El objetivo del plan no es innovar sino dar las mejores respuestas posibles a los problemas y desafíos de la ciudad.”* (Corti, 2015, pág. 348) Aunque todo proyecto urbano involucra una transformación no se debe de pretender por el afán de innovar desconocer lo que existe allí y que se ha desarrollado a través de los años. El San Andresito no solo es un lugar de comercio sino que le da una identidad específica a esta zona de la ciudad. Es así que se debe de pretender no su desaparición sino su revitalización. Un proyecto en el que se asegure su permanencia permitiendo la inclusión de nuevos usos que logren una integración con los cambios de la ciudad.

En un sector como el del San Andresito de la 38 es que el comercio o la actividad principal no puede ser desconocida o cambiada. Por lo que se vuelve necesario hacer un proyecto de revitalización donde se mantenga la actividad del San Andresito pero que a la vez permita al sector integrarse con el resto de la ciudad. El proyecto debe dotar de espacios públicos que ayuden al comercio pero que también permita la inclusión de los usos diferentes y que no tengan dependencia del comercio del San Andresito.

Así es que el objetivo que se plantea con este proyecto es el de: Como realizar un proyecto de revitalización donde recupere el equilibrio entre la actividad primaria del comercio y que permita la inclusión de nuevas actividades. Se trata de la adición de nuevos usos más no la desaparición

del uso comercial existente. A partir de este objetivo general podemos establecer tres específicos que se pretenden desarrollar en este proyecto que son:

1. Hacer una revisión del estado del sector y elaborar un análisis de las condiciones actuales.
2. Diagnosticar el sector y establecer unos problemas específicos.
3. Formular un proyecto que proponga la recuperación del equilibrio de actividades

Como se puede ver frente conforme a los objetivos se parte de la consideración de la actividad existente para poder proponer una revitalización que beneficie tanto al comercio como al resto de la población del sector. Elaborar una propuesta con un espacio público de calidad que permita que nuevos usos complementen a los existentes. Es la creación de espacios que funcionen como un punto de integración entre comercio y el resto de actividades, entre el San Andresito y el resto de la ciudad.

Como se dijo anteriormente el artículo va usar como referencia el sector del San Andresito para poder proponer un proyecto de revitalización urbana. Este proyecto busca *“reconocer a la arquitectura y el diseño urbano, como aquellas disciplinas capaces de transformar entornos de ciudades”* (Lopez-Bernal & Lopez-Valencia, 2018) Buscar una forma de intervenir esta zona de comercio que por su conformación la vivencia del espacio público se ha visto relegado. Ver esta zona no como un hecho aislado sino un modelo de comercio denominado San Andresito que encontramos en otras partes de la ciudad y diferentes ciudades del país.

Habiendo establecido este marco teórico se pasará a mostrar la metodología que se utilizó para el desarrollo de un proyecto urbano y arquitectónico en el sector del San Andresito. Esta metodología se traducirá en unos resultados encontrados en el desarrollo del proyecto realizado

para la titulación en arquitectura de la Universidad Católica de Colombia 2018-01. Ya con estos resultados se podrá elaborar discusión donde se hablará de cómo es que el proyecto arquitectónico debe responder a la actividad del sector y a un proyecto de revitalización urbana. En las conclusiones se sintetizara lo que encontramos con el proyecto y las limitaciones que tiene al ser un proyecto académico.

## Metodología

Para empezar el proyecto debemos de establecer el contexto y usuarios reales. Este es el sector del San Andresito de la 38. Localizado en la ciudad de Bogotá, localidad de Puente Aranda, Unidad de Planeamiento Zonal (UPZ) 108: Zona Industrial. Un polígono específico comprendido entre la Calle Sexta al sur, Carrera 36 al oriente, Calle 13 al norte y Transversal 42 al occidente. El contexto es el del San Andresito y los usuarios son sus comerciantes y compradores. El desarrollo del proyecto tiene seis etapas.

- La primera etapa es la de análisis de referentes. Antes de la realización del proyecto se hace la revisión de dos proyectos propuestos desde la Facultad. La Unidad Habitacional de Marsella de Le Corbusier y el Markthal en Rotterdam de MVRDV. Estos dos proyectos se revisan en su relación entre la vivienda y el comercio. También en su relación con su contexto.
- La segunda es la de una descripción del contexto y sus condiciones actuales. Este se hará por medio de la revisión de la implantación del sector dentro de la ciudad y por una revisión de la actividad de comercio de San Andresito.
- La tercera etapa es la de análisis del sector. Es una descripción del sector en unas fichas de Equipamientos, Red ambiental, Usos, Riesgos, Malla vial y Ocupación. Estas son unas fichas descriptivas que se hacen por medio de recolección de información de la UPZ, Geo localización y visitas al sector (reales y virtuales).
- La cuarta etapa es la de diagnóstico: A partir de este análisis se hará una valoración del sector en términos de vitalidad: permeabilidad, variedad, legibilidad, versatilidad, una imagen

visual apropiada, riqueza perceptiva, y personalización. Por medio de esté se sacaran dos debilidades principales y dos fortalezas del sector.

- La quinta esta es la etapa del proyecto urbano. Teniendo en cuenta las debilidades y fortalezas se elaborara un proyecto. Este se hace en equipo y donde se proponen cinco edificaciones. Esta propuesta urbana se describe en una serie de estrategias para la mejora del sector. Para este artículo solo se hablaran de las estrategias del proyecto urbano que hacen referencia a la actividad comercial.

- Por último se describirá dentro del proyecto urbano de las cinco edificaciones una propuesta arquitectónica de un centro de exposición ferial. Esta propuesta se desarrollará a nivel formal, funcional y constructivo.



## Resultados

### Análisis de referentes

Antes de hacer la revisión del sector se analizan dos referentes de edificaciones donde integran el comercio con otra actividad; siendo la otra actividad en estos casos la vivienda. El primer referente es el de la Unidad Habitacional de Marsella de Le Corbusier. Esta es una edificación que nace de la idea de un crucero. La creación de una mini ciudad dentro de un solo elemento: un barco o una edificación. En este edificio se tiene cuatro partes organizadas horizontalmente: la primera y tercera de abajo hacia arriba es una sección de vivienda. La segunda sección es la de dos niveles de comercio de diferentes tamaños. Desde comercios vecinales hasta supermercados. La última sección ubicada en el piso superior y la cubierta es una sección recreacional. En esta sección se tiene todo tipo de espacios para realizar actividades comunales. Aunque en esta edificación se combinan diferentes usos, tiene el mismo problema que le del San Andresito. Todas las actividades se realizan en la edificación y no existe relación con el contexto. Este referente se convierte en una guía de que no hacer en el proyecto.

El segundo referente que se revisa es el de Markthal en Rotterdam de MVRDV. Esta edificación nace de la necesidad de crear un mercado cubierto en la ciudad de Rotterdam. El proyecto se divide principalmente en tres secciones en planta. Son dos torres laterales y el mercado en el centro. Como el mercado debía ser cubierto los arquitectos deciden unir las dos torres en la parte superior creando un arco. Esta edificación a pesar de encontrarse zonificada mantiene una relación con la actividad de comercio por medio apartamentos que tienen ventanas tanto hacia la calle

como viendo hacia el mercado. Esta relación entre actividades se incrementa con la localización de restaurantes, oficinas y un supermercado en los dos primeros niveles de las torres. La relación con el contexto en este proyecto si es importante pues las fachadas donde no se encuentran las torres tienen una fachada de cristal que permite establecer la actividad de mercado cubierto pero sin separarla de lo que ocurre en la plaza que se encuentra frente al proyecto. Existe una legibilidad de que lo que ocurre dentro del edificio; es diferente a lo que ocurre en la calle pero no limita al peatón. Este segundo referente si se convierte en una guía de cómo llevar a cabo un proyecto donde la actividad principal es el comercio.

## **Contexto del San Andresito de la 38**

Para poder entender el sector del San Andresito de la 38 antes hay que entender la importancia de la Calle 13. Esta ha sido una avenida de gran importancia para la ciudad. Originalmente llamado el Camino hacia occidente luego Avenida Colón. Como dice en el Atlas histórico de Bogotá (1911-1948): *“Oficialmente tiene por primera vez referencia del nombre de la Avenida Colon en 1909. Una importante vía que comprendía la actual calle 13 desde la plaza da Nariño hoy san Victorino, hacia la salida a Honda.”* (Corporacion Candelaria, 2006, pág. 508) La importancia de esta vía radicaba en que era el ingreso a la ciudad tanto de mercancías como de personas. Este tránsito permitió que en sus costados se localizaran diferentes zonas de comercio e industria. A pesar que con el pasar de los años se construyeron nuevas avenidas para la entrada y salida de la ciudad la Calle 13 no ha perdido su importancia. No ha perdido su importancia por dos razones la primera es que se encuentra conectada con el aeropuerto El Dorado, puerto seco en la ciudad, y por qué

tras años de ser el único ingreso a la ciudad consolido zonas de industria y comercio que al día de hoy subsisten. La zona del San Andresito fue una de estas zonas que se consolidó, teniendo comercio y un numero de industrias de gran tamaño.

Durante años la zona se consolido no solo como un polo industrial sino como un sector para el comercio de mercancías de origen extranjero. El término de San Andresito es común en Colombia y se encuentran a lo largo de todo el país; en otros países tienen otros nombres. En principio son grandes bodegas donde se comercializan productos extranjeros a menores precios que los que se encontrarían en un supermercado o comercio en el resto de la ciudad. Son locales de pequeño tamaño que funcionan tanto como lugar de venta como bodegas. Estos centros de comercio son grandes y mueven gran cantidad de dinero. Ya para 1994 el periódico El tiempo decía: *“Irónicamente, los San Andresitos se aproximan a lo que los economistas llaman un modelo de competencia perfecta: productos homogéneos, gran cantidad de oferentes y demandantes y libre concurrencia.”* (Redaccion el Tiempo, 1994) Más de dos décadas después el modelo sigue siendo el mismo y no solo han permanecido sino que ha aumentado las edificaciones con este uso en el sector. Aunque se puede decir que gran parte de su éxito está en la evasión de impuestos existen otras razones:

- Las operaciones se hacen en efectivo lo que evita los cobros bancarios, agiliza la venta y permite tener precios más flexibles.
- El uso del espacio es óptimo tal como se dijo antes son bodegas y locales a la vez lo que permite tener grandes volúmenes de mercancía. Se disminuyen los costos de transporte y se asegura que el cliente siempre obtenga lo que necesita

- Tienen un índice de rotación alto tanto de mercancía como de capital lo que les permite tener menores ganancias por producto pero mayores ganancias en total. (Redacción el Tiempo, 1994)

A estas razones se le suma otra muy importante que es la de la especialización de los San Andresito. Cada uno de estos comercios se especializa en unos productos específicos en el caso del San Andresito de la 38 son la Tecnología, la Moda textil, Calzado y Tuning de carros.

A pesar de consolidarse como un hito en la ciudad, el San Andresito causa unos problemas importantes en el espacio público. Primero al ser un lugar al que se va sabiendo que se va a comprar, no tiene usos complementarios o comercio de escala vecinal. Los pocos usos complementarios se encuentran en cafeterías de pequeño tamaño donde el espacio de permanencia es poco. El segundo es que el espacio público se convierte en un área solo de tránsito: de llegada y salida de las bodegas. Esto lo podemos evidenciar por la falta de parques y espacio de permanencia por fuera de las edificaciones. El poco espacio público que encontramos está generalmente destinado al parqueo de vehículos. Por último las bodegas funcionan a horas específicas y cuando están cerrados no existe actividad en el sector: volviéndolo inseguro. Si el problema es la revitalización debemos de intentar encontrar usos complementarios que funcionen como motores que inviten a la gente a estar en el sector en alguna otra actividad fuera del comercio de San Andresito.

## Análisis del Sector

Hacer un análisis del contexto histórico del sector del San Andresito de la 38 nos permite establecer cuál es el usuario pero para poder establecer el contexto actual hay que hacer una revisión de las condiciones del sector.

- Equipamientos: Encontramos que hay dos equipamientos. Estos son de carácter institucional: La secretaria de movilidad (Calle 13 con Carrera 36) y la Policía Local de Puente Aranda (Carrera 39 entre Calle 11 y Calle 10). No existen equipamientos culturales, educacionales o recreativos. Estos dos equipamientos institucionales solo incrementan la problemática de dejar el espacio público solo como un lugar de tránsito.

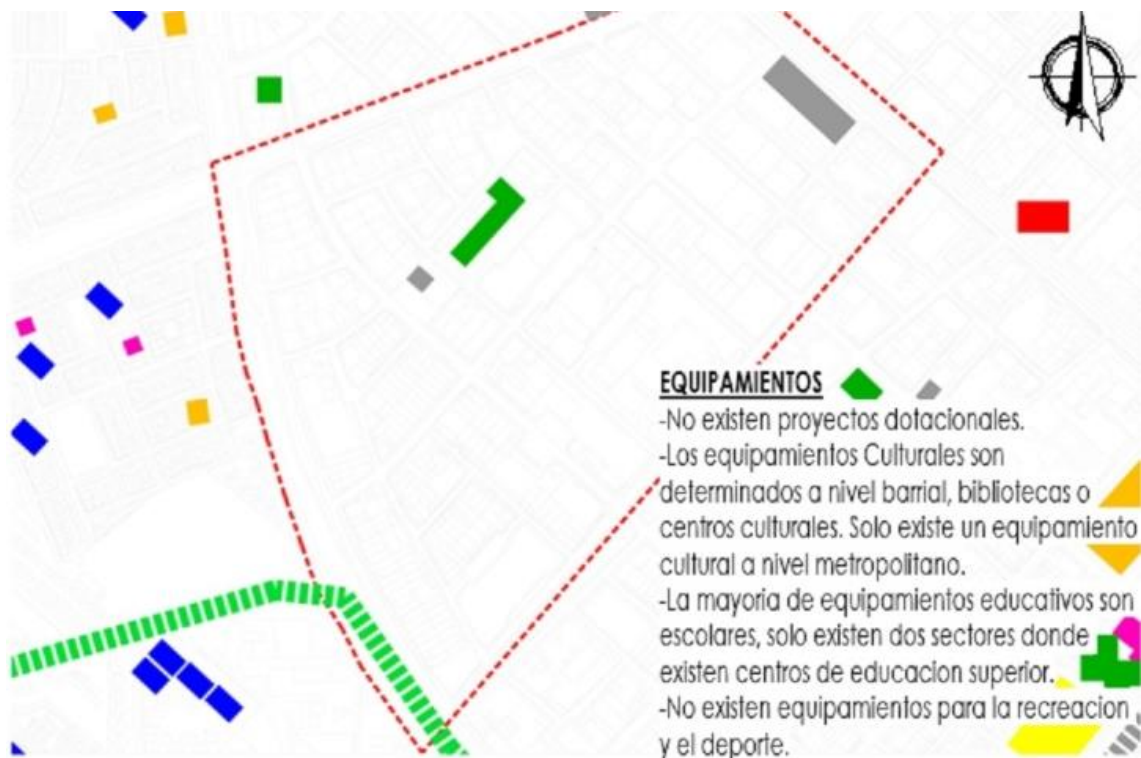


Imagen 01 Equipamientos

Fuente: elaboración propia, 2018

- Red Ambiental: La red ambiental se compone de dos ejes y un parque vecinal. Los dos ejes se encuentran sobre la Calle 6 y Tv 42, pero están como límites mas no como elementos que se integren con el espacio público del sector. Por otro lado se tiene un parque en la Calle 9 con Carrera 39. Este parque es de carácter vecinal pero su tamaño no responde ni a la población del sector ni a las dimensiones del sector. No existe una red ambiental salvo unos árboles en diferentes aceras sin ningún orden o integración.



Imagen 02 Red Ambiental

Fuente: elaboración propia, 2018

- Usos del suelo: El sector tiene una predominancia de uso industrial con un sector de usos comercial, el San Andresito de la 38, que se encuentra en Calle 9 entre Carrera 38 y Carrera 36 principalmente. A pesar de ser predominante en área el uso industrial este es un uso



que saliendo del sector y de la ciudad haciendo del uso comercial el más importante. Se encuentran varias bodegas en estado de abandono o que han sido adecuadas para el uso de comercio.



Imagen 03 Distribución de usos

Fuente: elaboración propia, 2018

- Malla Vial. El sector se encuentra rodeado por tres vías de gran tránsito como lo son la Calle 6 al sur, Transversal 42 al occidente y Calle 13 al norte. Sobre el costado oriental, Carrera 36, es de menor tránsito. Atravesando el sector está la Carrera 38 y Calle 9 que son las avenidas de ingreso al sector; Donde se concentra el tráfico vehicular y peatonal. A nivel de movilidad pública encontramos que esta el Transmilenio sobre la Calle 13 y diferentes rutas de buses tanto perimetrales como al interior del sector. Esto los permite

establecer que el sector se encuentra en una localización privilegiada con facilidad acceso y conexión con el resto de la ciudad.

- Ocupación: este es uno de los aspectos más diferenciales de este sector. El sector tiene una ocupación alta y muy poco espacio público. Las manzanas son de dos o tres veces la dimensión del común de la ciudad. Pero a su vez al ver la altura promedio, de entre dos y tres niveles, podemos establecer que es un sector que tiene una muy baja densidad.



Imagen 05 Ocupación actual

Fuente: elaboración propia, 2018

- Normatividad: Encontramos que la máxima ocupación de los proyectos del sector es siempre de 70%. Que en teoría debería dejar gran un gran porcentaje de espacio público, pero al ser bodegas el espacio libre terminan siendo patios posteriores que luego son



cubiertos. Por otro lado se permite alturas desde 4 a 8 sectores dependiendo de la zona. Pero como se dijo antes las edificaciones generalmente no pasan de los tres niveles. Esto nos permite establecer una grave problemática pues el sector tiene una localización privilegiada dentro de la ciudad por lo que debería de tener una mayor densidad.

## **Diagnóstico del sector**

El análisis anterior nos permite ver algunas problemáticas pero para poder generar una evaluación se debe de tener una pero como se mencionó en el marco teórico conceptual el proyecto que se pretende es uno de revitalización por lo que debemos hacer un diagnóstico específico a la vitalidad del sector según la definición dada en el libro Entornos Vitales:

- Permeabilidad: Encontramos que con la existencia de manzanas de más de 100 m el sector es poco permeable. Hay que recorrer grandes distancias para poder pasar la calle o para cambiar de dirección. Esto hace que se poco cómodo para transitar.
- Legibilidad. Al tener aceras en diferentes estados de mantenimiento, con diferentes tipos vegetación y de diferentes dimensiones es difícil tener una legibilidad del sector. Es difícil determinar dónde queda que. Inclusive para quien no conoce el San Andresito de la 38 es difícil determinar dónde queda si se va por las diferentes avenidas
- Variedad: No existe variedad. Esta el comercio del San Andresito y las bodegas industriales. No hay actividades complementarias a estas ni dotacionales que suplan el resto de necesidades del sector.

- Versatilidad: De la misma forma el sector solo funciona a horas específicas y como lugar de comercio (San Andresito de la 38) y de trabajo (Bodegas industriales). El comercio especifico y no se permite la actividad en el espacio público a parte del tránsito.
- Imagen visual Apropiada: Las condiciones del espacio público son deficientes lo que hace no tenga una buena imagen. Las calles se encuentra en un estado de deterioro y no existe mobiliario que permita la estancia o vegetación que aliviane la imagen industrial del sector. Por otro lado están las bodegas donde no hay relación de fachada entre el interior y el exterior. En muchas aceras se camina todo el trayecto viendo un muro sin ventanas.
- Riqueza Perceptiva. De la misma manera no existe nada que ver más allá de muros o portones de las bodegas. La acera aunque en algunos lugares hay vegetación es muy poca lo que hace el recorrido largo y no existe ningún tipo de protección de las condiciones del medio ambiente.
- Personalización: Este es un aspecto que se puede ver como deficiente pues no existe ningún atractivo perceptivo en el sector. Pero por otro lado tenemos al San Andresito de la 38 como un hito dentro de la ciudad. Tiene una identidad característica que aunque las condiciones para el visitante sean malas atrae a un gran número de personas al sector.

Es así que podemos establecer que las debilidades principales del sector están:

1. en una espació público deficiente donde el peatón no tiene actividad adicional al tránsito. No hay legibilidad en el espacio público haciendo más incómodo el trayecto.
2. La segunda debilidad es la de la falta de actividades complementarias. Tanto en edificaciones específicas, como lo son los edificios dotacionales, como falta de actividad

en los primeros niveles de las edificaciones, como lo pueden ser restaurantes, cafeterías, o comercio de carácter vecinal.

A su vez el sector tiene dos fortalezas muy importantes. La primer es la de la localización, el sector se encuentra en una zona de la ciudad que es central y cuenta acceso tanto de transporte público como de vehículos privados. La segunda fortaleza está en el comercio del San Andresito de la 38 que tiene una identidad propia que le permite atraer un gran número de visitantes al sector.

## **Estrategias de proyecto urbano**

El proyecto de revitalización pretende resolver dos problemática principales. La primera problemática es la la revitalización urbana o mejoramiento del espacio público. Este se logra mediante dos estrategias. La primera es la modificación de los perfiles urbanos. Se plantea una caracterización de los perfiles urbanos de acuerdo en 10 tipologías distintas dependiendo de sus dimensiones y su tráfico peatonal. Todos estos perfiles tienen en común el enfoque en el tráfico peatonal y no el vehicular. También la inclusión de un sistema de vegetación en común que permita dar una riqueza visual y una riqueza perfecta. La caracterización de diferentes vías en diferentes tipologías pretende también mejorar la legibilidad del sector. Permitiendo al peatón establecer cuáles son las calles principales y cuáles son las secundarias. En cuales se encuentra mayor actividad y en cuales menor.

La segunda estrategia para el mejoramiento del espacio público medida es la de la inclusión de nuevos espacios de permanencia o parques. Primero se ubican unos espacios de permanencia de

menor tamaño en los ejes de la Calle Novena y la Carrera 38. Estos espacios se ubican en las bahías vehiculares existentes sobre estas dos calles. Adicionalmente se localizan dos proyectos de Unos ejes de comercio donde las bahías existentes se convierten en pequeños parques o espacios de permanencia para los peatones. Estos pequeños espacios se complementan con la localización de tres parques. Se ubican sobre las manzanas que se encuentran en la carrera 36 entre Calle Novena y Calle 12b. Son tres manzanas consecutivas siendo la central la de mayor tamaño.

La segunda problemática que tenemos es la de la falta de usos complementarios. Para se plantea una redistribución de algunos usos. Primero se plantean, apoyadas en el planteamiento de los perfiles, dos calles de comercio principales. Estas son la Calle Novena y la Carrera 38. Estas Calles de mayor tamaño se plantean en lugares principalmente como avenidas peatonales complementadas con las permanencias planteadas en las bahías. Se pretende crear un atractivo para transitar y así mismo mejorar el comercio que se ubica en estas avenidas. Por otro lado tenemos el planteamiento de cinco edificaciones nuevas. Estas edificaciones tienen diferentes usos desde comercial o ferial hasta educativo o cultural. Más adelante se detallara una de estas edificaciones, la de uso ferial. Cuatro de estas edificaciones se ubican sobre la manzana central de los tres parques propuestos. Esto pretendiendo hacer de los parques unas zonas con actividad variadas.

Las estrategias pretenden hacer uso de las fortalezas del sector que son la de la identidad y la localización. Primero la identidad por que se pretende la ampliación del comercio. Manteniéndolos en unos ejes específicos como lo son la Calle Novena y la Carrera 38. Pero en el resto del sector se deja abierto a la inclusión de edificios con mixturas de usos, no solo comercial.

Por el otro lado la localización del sector se aprovecha para la localización de usos complementarios como lo son el cultural, el educacional y el ferial que faltan en el sector pero que también generan un atractivo para toda la ciudad o por lo menos los sectores contiguos.

## Propuesta de centro ferial



Imagen 09 Planta de cubiertas

Fuente: elaboración propia, 2018

El proyecto urbano plantea la creación de una nueva centralidad en la manzana que se ubica el l Carrera 36 entre la Calle 10 y Calle 12. Esta manzana es un gran parque o plazoleta donde se ubican cuatro proyectos con diferentes usos. Al tener diferentes edificaciones en su interior se pretende poder atraer a distintos tipos de población tanto del sector como del resto de la ciudad.

El proyecto que se va a detallar es el de un centro ferial que se encuentra en la esquina de la Calle 11 con Carrera 36. Este proyecto nace de la idea de la propuesta de un uso que potencie el comercio existente. Un centro ferial como un espacio libre donde se pueden realizar actividades

que permita que el comercio muestre sus productos a una población diferente a los que ya son clientes. El buscar crear un atractivo no solo zonal sino metropolitano el proyecto de elabora con un ingreso de un espacio verde sobre un parque sobre la Calle 11 B. Se compone de varias zonas de tránsito y de permanencia que se conectan con unas edificaciones comerciales ubicadas en la manzana contigua.

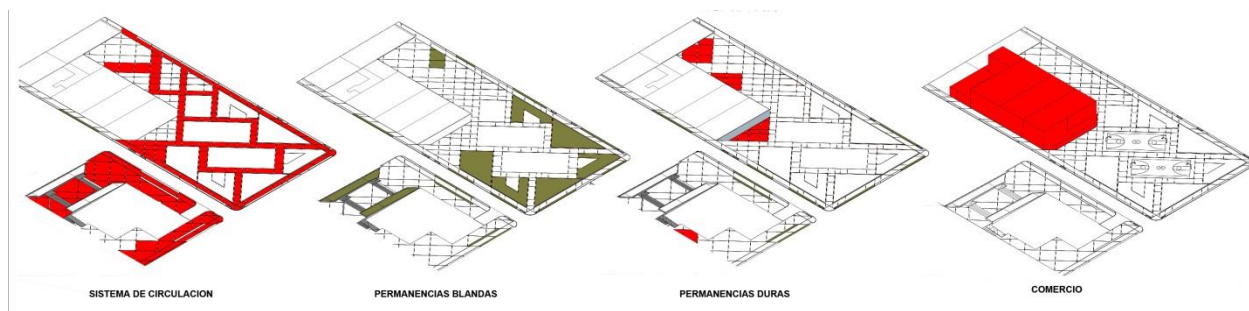


Imagen 10 Espacios Urbanos

Fuente: elaboración propia, 2018

Para la composición específica de la edificación se parte de un volumen cuadrado donde inicialmente se elabora una fractura en su primer nivel para lograr crear un acceso determinante sobre la Carrera 36. En el costado posterior se genera una división para generar un volumen de mayor altura dejando la estructura compuesta de claustro donde el patio se cambia por un volumen de mayor tamaño donde encontramos las zonas de exposición de mayor tamaño. Adicionalmente sobre el costado de la Carrera 36 se plantea una planta libre que permita el tránsito peatonal. A nivel programático el volumen es un espacio vacío que permita un uso más variado de actividades o de exposiciones así es que se limita la cantidad de muros o la división de espacios.

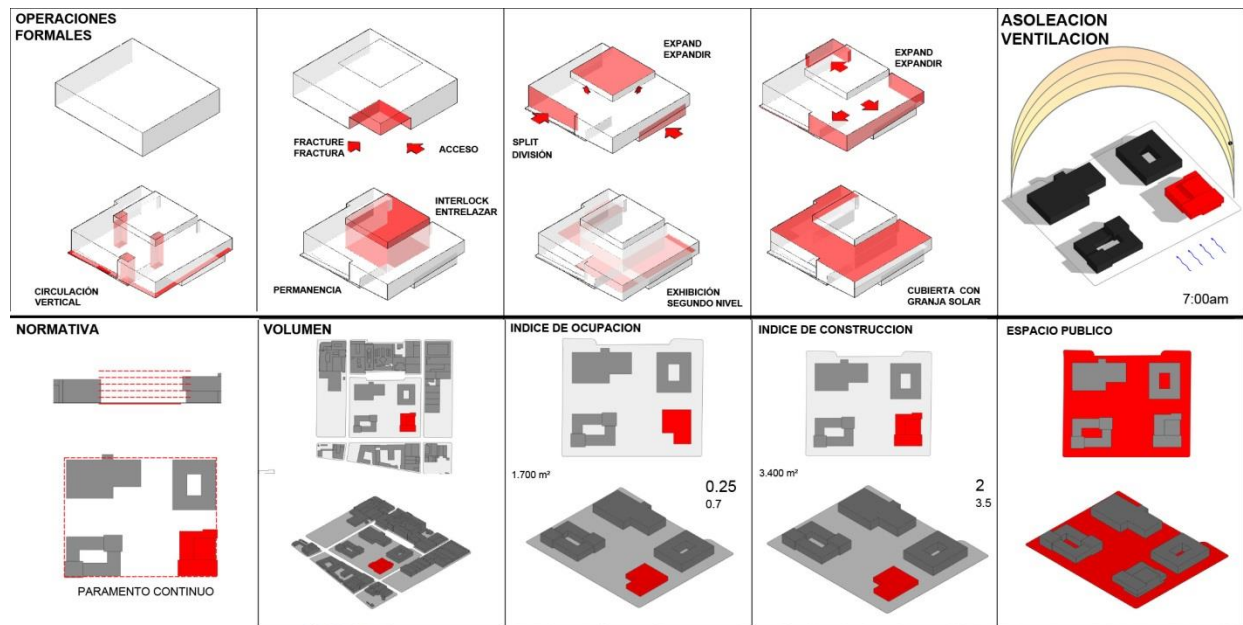


Imagen 11 Elementos de diseño arquitectónico

Fuente: elaboración propia, 2018

## Discusión

El problema que se planteó en este artículo es el de cómo recuperar el equilibrio entre la actividad primaria de comercio y las actividades secundarias y los espacios públicos y colectivos. Se elaboró un proyecto que cuyo principio fue: *“la correcta adecuación de las actuaciones urbanas al sitio, la sociedad y la época es más importante que la innovación que propagan”* (Corti, 2015). Se parte no del proyecto urbano sino de cómo funciona determinado sector para poder establecer las medidas que mejor atienden las problemáticas. Para poder lograr este cometido se plantearon tres temas iniciales que fueron: el valor del comercio; el segundo el de que es un sector vital y por último el de que conlleva un proyecto de revitalización.

En primer aporte que se hizo a la investigación es el entendimiento del comercio del San Andresito 38 que es análogo a diferentes zonas de comercio que funcionan tipo bazar y que generalmente se denominan San Andresito en las diferentes ciudades de Colombia. Fue importante centrarse en las problemáticas propias de este tipo específico de comercio. Por otro lado se plantea la idea del comercio no solo como una actividad económica de la ciudad sino como un catalizador de la interacción social. Al contraponer estas dos formas de entender el comercio se permite generar un entendimiento del papel que cumple una zona comercial en la ciudad. Así es que el comercio se ve en el proyecto que se desarrolla como el pilar sobre el que se desarrolla la propuesta urbana. El comercio, no para cambiarlo, sino en busca de transformarlo para que se vuelva parte indispensable del sector.



El segundo tema aporta a la investigación un punto de partida del futuro de la ciudad. Con los avances en la tecnología y el incremento de las poblaciones se ha vuelto más importante recuperar el espacio común, espacio público o espacio colectivo. La aplicación de este tema en el proyecto es más puntual, pues el proyecto que se desarrolla parte de la recuperación del espacio público y la inclusión de nuevos espacios colectivos. Se plantea no solo en un marco estético sino funcional, siendo las edificaciones colectivas parte del replanteo del comercio del sector. Así es que el espacio público y colectivo nos permite integrara lo que ocurre en el San Andresito con el resto de la ciudad. Aunque partimos de principios de cómo se plantea el espacio público, tomados del libro entornos vitales, hay que entender que el planteamiento urbano debe de adecuarse al sector, que no hay respuestas globales sino que cada sector particular tiene actividades a las que el espacio público debe de responder.

El tercer tema fue el de la revitalización. Este término fue importante establecer en un inicio puesto que este nos determina un marco de acción y unos alcances. A lo largo del mundo hay diferentes formas de elaborar una actuación urbana. El marco de acción de un proyecto de revitalización es el actuar en un entorno existente y construido. Un entorno con condiciones físicas y de usos que ya se encuentran consolidadas y que por ende se deben de mantener. Así es que este tema nos dio unos parámetros bastante estrictos de lo que se podía plantear. Por esto este tema fue de los que más afectó el proceso de diseño, pues en ningún momento se planteó la demolición o desaparición del San Andresito. Fue entonces su preservación y su mejoramiento el principio que guía la investigación y el diseño del proyecto.

Al plantear un proyecto desde estas tres perspectivas permitió que el resultado, el proyecto urbano y arquitectónico, fuera consecuente a lo que ocurre en el sector. No se planteó solo un imaginario de cómo debería ser este trozo de ciudad sino dar una respuesta a la realidad de este sector. Como dice Jane Jacobs un proyecto urbano debe *“aplicar y verificar, paso a paso, trozo a trozo, verdaderas descripciones de la realidad, extraídas, no del cómo debía ser, sino del cómo es.”* (Jacobs, 2011, pág. 39). Aunque el proyecto es un ejercicio intelectual que no va a ser construido, al entender al sector como es permite hacer una propuesta mucho más consecuente con lo que hay y lo que se puede hacer para mejorarlo.

## Conclusiones

Al iniciar el proyecto se establecieron tres objetivos. El primer objetivo que se planteo fue el de lograr hacer una revisión del estado del sector y un análisis del estado actual. Este paso fue de vital importancia puesto que permitió entender las condiciones del sector no solo como una causal de problemáticas sino el comercio como una actividad que le da identidad o sentido al sector. *“No es cuestión de explicar la escena de objetos y formas materiales que nos rodean sino de comprender el sentido que adquieren”* (Ferreti , Navvarrete-Escobedo, & Alvarez-Pedrosian, 2018). El segundo objetivo fue el de diagnosticar el sector de trabajo. Este objetivo estrechamente relacionado con el anterior nos da como resultado unas problemáticas específicas. Pero al haber analizado la actividad de comercio se pudo entender que a pesar de existir ciertos problemas el comercio es un elemento potenciador de actividad. El comercio no como un problema sino como un elemento que debemos revitalizar para permitir su permanencia dentro del sector sin sacrificar su integración con el resto de su contexto. Por último el objetivo final del proyecto fue la formulación de un planteamiento urbano y arquitectónico. Habiendo hecho un análisis y diagnóstico concreto se pudo plantear un proyecto que pretende resolver los problemas y potenciar las cualidades de este sector. Esto fue de vital importancia en la decisión de la actividad de la edificación propuesta, un centro ferial.

Estos objetivos responden a la pregunta planteada inicialmente por la Facultad de: ¿Cómo enfrentarse desde el proyecto, a la resolución de problemas en la sociedad dentro de un espíritu de innovación en contextos reales y usuarios reales? Si descomponemos la pregunta veremos que el objetivo de cualquier proyecto elaborado en este de parte “desde el proyecto” partiendo de una

“resolución de problemas”. Cualquier proyecto elaborado dentro de este esquema siempre va poner mayor énfasis en una propuesta física y no en el contexto. Es por esto que aunque manteniendo un esquema de la facultad este documento pretendió primero establecer que es un proyecto urbano y así es que se escogió el termino revitalización; entendiendo que este parte primero de lo que existe y después va a como se puede potenciar o mejorar. Para poder terminar con una caracterización de que espacio público vital. Partir no del proyecto sino del contexto real en él se va a llevar el proyecto.

Al finalizar el proceso se encuentra que aun dentro de este análisis así el proyecto se queda corto en el entendimiento de una zona comercial como la del San Andresito generando así mismo unos vacíos en el proyecto. Pero como dice Jane Jacobs un proyecto urbano se desarrolla en “*aplicar y verificar, paso a paso, trozo a trozo, verdaderas descripciones de la realidad, extraídas, no del cómo debía ser, sino del cómo es.*” (Jacobs, 2011, pág. 39). La labor del arquitecto en proponer y verificar. Por esto es que aunque el proyecto cumple con los objetivos que se planteó y responde a lo que se preguntó en el inicio falta la última etapa del proyecto. Esta etapa que es la de la construcción y la verificación. El artículo funciona como un ejercicio intelectual que desarrolla un entendimiento de la ciudad. Pero el proyecto hasta no poder ser puesto a prueba no podrá responder a las realidades de la ciudad.

## Referencias

- Alcock, A., Bentley , I., McGlynn, S., Murrain, P., & Smith, G. (1999). *Entornos Vitales*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Allegri, A. (2015). What kind of commerce for the city? The case study of Lisbon and the urban dimension of its commercial spaces. 1970-2010. *DeArq Revista de arquitectura*, 17, 40-55.
- Ashner, J. (2015). Presentación: DeArq No 17 Arquitectura y Comercio. *DeArq Revista de arquitectura*, 17, 7-9.
- Corporacion Candelaria. (2006). *Atlas historico de Bogotá 1911-1948*. Bogota: Planeta.
- Corti, M. (2015). *Ciudades Posibles*. Buenos Aires: Cafe de las ciudades.
- Ferreti , M., Navvarrete-Escobedo, D., & Alvarez-Pedrosian, E. (2018). Las disputas por el sentido y sus lógicas de emplazamiento en la escena urbana neoliberal. *Revista de Arquitectura*, 20(1), 14-23.
- Flórez M, L., Ovalle G, J., & Forero L, L. (2014). Traducción del diseño concurrente al proyecto de arquitectura. *Revista de Arquitectura*, 16, 77-85.
- García-Doménech, S. (2015, diciembre). Espacio público y comercio en la ciudad contemporánea. *DEARQ - Revista de Arquitectura* , num 17, 29-39.
- Gehl, J. (2010). *Ciudades para la Gente*. Buenos Aires: Infinito.

- Jacobs, J. (2011). *Muerte y vida de las ciudades americanas*. (A. Abad, & A. Useros, Trans.)  
Barcelona: Capitain Swing.
- Lopez-Bernal, O., & Lopez-Valencia, A. (2018). Estrategias metodológicas de análisis urbano frente al cambio climático. *Revista de Arquitectura*, 20(2), XX-XX.
- Minguet M, J. (2018). Ciudad-consumo. Despolíticas de urbanismo comercial. *DeArq Revista de arquitectura*, 17, 14-25.
- Real Academia Española. (n.d.). *En Diccionario de la lengua española (22.a ed.)*. Retrieved 12 05, 2018, from revitalizar: <https://dle.rae.es/?id=WP4KqHE>
- Redaccion el Tiempo. (1994, Septiembre 12). El Boom de los San Andresitos. *El Tiempo*, pp. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-224721>.
- Universidad Catolica de Colombia. (2010, Agosto). *Proyecto edeucativo del programa de arquitectura*. Retrieved Agosto 25, 2018, from <https://www.ucatolica.edu.co/portal/wp-content/uploads/adjuntos/programas/arquitectura/pep-arquitectura.pdf>